NUEVOS PRODUCTOS

W. J. Reddin

LAS LISTAS

- Ideas para la evaluación de un nuevo producto
- Investigación del mercado
- Investigación de producto
- Organización de ventas
- Producción
- Compra de materiales
- Cuál será el costo del nuevo producto
- Políticas de Precios
- Promoción y publicidad
- Clasificación y empaque
- Políticas de Servicio

EVALUACIÓN DE LA IDEA DEL NUEVO PRODUCTO

- ¿Está dentro de los términos de las políticas de su compañía?
- ¿Hay mercado para él?
- ¿Es patentable? ¿Infringe la patente de otros productos?
- ¿Contraviene alguna ley?
- ¿Encaja dentro de las líneas de producción actuales?
- ¿Cuentan con las facilidades para producirlo?

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- ¿Quiénes son sus clientes potenciales?
- ¿En dónde se encuentran sus clientes?
- ¿Qué extensión de mercado estiman (local y foráneo)?
- ¿Con qué proporción del mercado cuentan para productos similares?
- ¿Existen productos similares en el mercado actual?
- ¿Quiénes son sus competidores y qué respetabilidad tienen?



- ¿Cómo se comparan los precios de sus productos con los de la competencia?
- ¿Qué ventaja tiene su producto sobre los de la competencia?
- ¿Con qué porción del mercado cuentan ellos?
- ¿Cualquier competidor puede producir un artículo competitivo rápidamente?
- ¿Cuál es la frecuencia de compra estimada?
- ¿Cuál es la fluctuación de demanda, según la temporada, si es que existe?
- ¿Cuál es la mejor temporada del año para lanzar un producto nuevo?
- ¿Cuál es el mayor atractivo del producto ante el cliente?
- ¿Hay probabilidades de que las ventas de un nuevo producto afecten su mercancía existente?
- ¿Cuáles son las tendencias de demanda en el presente y futuro estimado?
- ¿Existe mercado foráneo para su producto?
- ¿Qué medidas gubernamentales pueden afectar la producción o venta de sus productos?

INVESTIGACIÓN DEL PRODUCTO

- ¿Qué efecto se espera del producto?
- ¿Es conveniente usarlo? ¿Fácil de manejarse?
- ¿En dónde se puede usar? ¿Cómo le afecta el calor, el ruido, y otros factores físicos?
- ¿El producto puede incorporar usos secundarios?
- ¿Cuáles son los mejores materiales para su uso? ¿Se han combinado eficiencia funcional con atractivo y figura, textura, acabado y color?
- ¿Se ha reducido, hasta donde es posible, la necesidad de mantenimiento?
- ¿El diseño es adaptable para facilitar reparaciones y reemplazos?
- ¿Se pueden utilizar partes estándar?
- ¿Se han incorporado factores de seguridad hasta donde es necesario?
- ¿Han tomado en cuenta problemas de instalación al diseñar el producto?
- ¿Qué vida se le pronostica?

ORGANIZACIÓN DE VENTAS

- ¿Puede su actual organización de ventas manejar el nuevo producto?
- ¿Será necesario un grupo de personal aparte o aumentos al existente?
- ¿Los vendedores necesitarán entrenamiento especial?
- ¿Será necesario reorganizar al personal en sus zonas territoriales?

- ¿Qué tipo de distribución se utilizará (agentes, mayoristas, directo al consumidor, distribuidores exclusivos)?
- Si su producto se va a exportar, ¿qué tipo de distribución se utilizará?
- ¿Se necesitará almacenamiento adicional? ¿El nuevo producto requiere acomodamiento especial?
- ¿En donde se localizará?
- ¿Cómo afecta esto a su distribución?
- ¿La localización de sus clientes potenciales afectarán sus redes de distribución?
- ¿Resultaría ventajoso, por un período inicial, restringir la distribución a ciertas regiones del país?
- ¿Qué vías de transporte se utilizarán para distribuir el producto?

PRODUCCIÓN

- ¿Cuáles son los recursos actuales de producción en cuanto a labor, maquinaria y equipo?
- ¿Qué margen de capacidad existe, si lo hay?
- ¿Hay fuerza laboral disponible, en caso de necesitarla?
- ¿Se requerirá nueva maquinaria?
- ¿El equipo existente puede modificarse o adaptarse?
- ¿Qué efecto tendrá el nuevo producto sobre el ya existente?
- ¿Si el producto es de temporada, la planta tiene uso durante el receso?
- ¿Tendrán efecto sobre la producción los acuerdos laborales o de comercio?
- ¿Se han planeado la producción de manera que cubra las demandas que se estiman para el futuro?
- ¿Cuál será el promedio de producción?
- ¿Se han tomado provisiones para efectuar pruebas del producto estando en servicio?
- ¿Cómo están organizando su control de calidad?

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- ¿Han evaluado los méritos de los distintos medios de publicidad?
- ¿Cuál sería el medio más conveniente para usted en términos de costo y el mercado que desean cubrir?
- ¿Su actual organización de publicidad y promoción puede enfrentar el nuevo producto o servicio?
- ¿Han planeado una campaña para la presentación del producto?

- ¿Lanzarán una campaña completamente nueva o la combinarán con la que existe para otros productos?
- ¿Cuándo lanzarán la campaña?
- ¿Cuál será el mensaje principal que atraiga la atención?
- ¿Cuándo y cómo se informará al personal de ventas y distribuidores respecto al nuevo producto?

ETIQUETAS Y EMPAQUE

- ¿Las etiquetas de instrucciones para el uso del producto y demás, cumplen con los requisitos legales?
- ¿El nombre del producto es fácil de leerse, pronunciarse y recordar?
- ¿Describe el producto o su uso?
- ¿El producto necesita un manual de servicio u hoja de instrucciones?
- ¿Cómo será empacado el producto (forma, color y diseño)?

POLÍTICAS DE SERVICIO

- ¿Requerirá servicio el nuevo producto?
- ¿Qué facilidades existen? ¿Quién proporcionará el servicio, ustedes o sus distribuidores?
- ¿Necesitarán personal adicional para prestar servicio?
- ¿En dónde se encontrará el depósito de refacciones y el personal de servicio?
- ¿Habrá un período de garantía durante el cual el servicio será gratuito para el cliente?
- ¿Qué nivel de existencias de refacciones mantendrán?

Artículo publicado en la revista *Management Today en español*,
Sección “Del archivo privado de Bill Reddin”, junio de 1990; pp. 24-27